

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi telah memasuki dunia industri khususnya di Indonesia, dimana telah mengalami perkembangan perekonomian cukup pesat, agar terus dapat mengikuti perkembangannya para pelaku usaha harus berusaha meningkatkan setiap aktivitas perusahaannya yang telah dirancang sebelumnya melalui strategi-strategi terbaru, karena secara global persaingan ekonomi bisnis semakin ketat. Kondisi tersebut mengharuskan setiap bisnis bergerak secara efektif dan efisien agar dapat keberlanjutan bisnis tetap terjaga dan tetap memiliki keunggulan yang kompetitif. Faktor-faktor kontributif untuk keberlangsungan bisnis adalah ketersediaan modal yang memadai untuk mendanai kegiatan bisnis. Sumber uang murah untuk modal mampu diperoleh dari suatu perseroan dengan menjual sahamnya terhadap masyarakat di pasar modal (Yasin Fadli & Suraya, 2020).

Di Indonesia pasar yang cukup pesat dan potensial mengalami pertumbuhan dan perkembangan yaitu pada perusahaan aspek kosmetik dan keperluan rumah tangga. Berdasarkan Keputusan Kementerian Perindustrian tentang (Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015 - 2035, 2015) Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015, salah satu industri andalan saat

ini ialah industri kosmetik, karena memiliki peran yang luas menjadi roda penggerak utama (*prime mover*) terhadap perekonomian yang menjadi industri prioritas. Maka, bersaing dan mengembangkan kinerjanya merupakan tuntutan penting bagi perusahaan kosmetik dan keperluan rumah. Saat ini untuk menunjang penampilan, sebab kebutuhan primer dan sangat diperlukan bagi masyarakat modern yaitu kosmetik, serta yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia pada setiap harinya yaitu barang keperluan rumah tangga. Selain itu, iklim tropis yang dimiliki negara Indonesia selain untuk menunjang penampilan merupakan hal yang menyebabkan penggunaan kosmetik penting bagi masyarakat karena manfaat dari kosmetik yang mempunyai beberapa kandungan yang berbeda setiap jenisnya dapat berpengaruh terhadap kesehatan kulit wajah.

Menurut Kementerian Perindustrian, kosmetik saat ini menjadi kebutuhan utama bagi wanita dan juga menjadi inovasi produk bagi kalangan pria dan juga anak - anak (www.kemenperin.go.id). Oleh karena itu, peluang akan semakin terbuka bagi perusahaan pada subsektor kosmetik dan barang - barang rumah tangga yang berawal dari gaya hidup masyarakat. Konsumsi konsumen dan produk perawatan pribadi mengalami peningkatan, yang dikemukakan pada sebuah studi oleh McKinsey & Company pada Juli 2020 berjudul "*Indonesian Consumer Sentiment during the Coronavirus Crisis*". Produk rumah tangga menyumbang 26% dan perawatan pribadi 17%, semakin berkembangnya perindustrian pada kosmetik dan keperluan rumah tangga di Indonesia, peran perseroan di industri ini dipandang sebagai peluang dan

potensi investasi yang baik untuk dikembangkan. Kondisi perkembangan kosmetik bidang usaha di negara berkembang sedang mengalami laju pertumbuhan yang begitu pesat seperti Indonesia saat ini, dari data terakhir dari industri sektor kosmetik di Kementerian Industri (2018) menyatakan bahwa 1 tahun terakhir penjualan produk kosmetik meningkat menjadi rata-rata 20% per tahun untuk satu perusahaan setiap satu bulan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan kosmetik di Indonesia sedang bagus-bagusnya tuntutan. Peningkatan pertumbuhan penduduk yang ada di Indonesia menjadi suatu faktor yang mendukung hal tersebut. Hal ini menciptakan inovasi dan peluang bagi Indonesia khususnya yang bertumbuh pesat khususnya terhadap *trend* produk kecantikan atau kosmetik dengan bersertifikat halal, serta permintaan kosmetik dan produk rumah tangga yang juga meningkat. (Rahmawati, 2017).

Sejalan dengan perkembangan zaman yang berperan semakin serius dalam menaikkan pertumbuhan ekonomi nasional, disuatu negara pasar modal hadir sebagai tumpuan dalam memperhitungkan mengenai bagaimana aktivitas dan seberapa dinamisnya sebuah bisnis di negara yang substansial dalam membangkitkan beragam aktivitas pada ekonomi. Pasar modal ialah tempat bertemunya individu – individu yang memiliki uang dan mereka yang membutuhkannya untuk memperdagangkan surat berharga (Tandelilin, 2010). Dengan adanya pasar modal, investor (pemodal) dapat menentukan targetan investasi dimana dapat disesuaikan dengan berbagai *return* dan *risk* (risiko), dan suatu emiten pun dapat menghimpun dana yang berjangka panjang guna mendukung usahanya. Di pasar modal Indonesia sekarang menurut PT.

Kustodian Sentral Efek Indonesia pada bulan Januari tepat pada tahun 2021 mengeluarkan data statistik publik yang memperlihatkan meningkatnya jumlah para investor yang menanamkan modalnya di pasar modal yaitu signifikan. Jumlah investor telah mencapai 3.880.753 pada akhir tahun 2020 sekalipun wabah pandemi yang melanda dunia terutama Indonesia yang sedang berlangsung, peristiwa ini menunjukkan masyarakat kian memilih bisnis di pasar modal daripada bisnis real yang mengalami penurunan saat pandemi kali ini, karena adanya kebijakan baru pula berupa Pembatasan Sosial Berskala Besar. Secara public IHSI menandakan adanya kestabilan pada harga saham mulai dari bulan Maret sampai Desember meskipun pada bulan September terjadi penurunan. Berlakunya kebijakan PSBB yang merupakan bentuk strategi dari pemerintah dirasa efisien walaupun dilihat dari grafik IHSI dimulai dari bulan April 2020 yang meningkat sedikit terlambat. Selain daripada itu, harus siapnya mental para orang yang melakukan investasi dengan keadaan pandemic seperti ini (Rizal/Seksi HI KPKNL Kupang, 2021). Kondisi tersebut mengartikan bahwa kini pasar modal bagi para calon-calon penanam modal sangat memikat perhatian guna modal yang dimilikinya ditanamkan pada bursa saham. Investasi ialah aktivitas pribadi dalam penanaman modalnya terhadap perusahaan karena faktor membutuhkan biaya dari para investor dengan ekspektasi pada masa yang akan datang memperoleh keuntungan (Wartono, 2018). Kini untuk mendapatkan laba yang besar minat para pemodal banyak yang memilih saham, karena menurutnya yang dapat

menghasilkan profit yang menarik ialah saham. Keuntungan ini berasal dari dividen dan kenaikan harga saham.

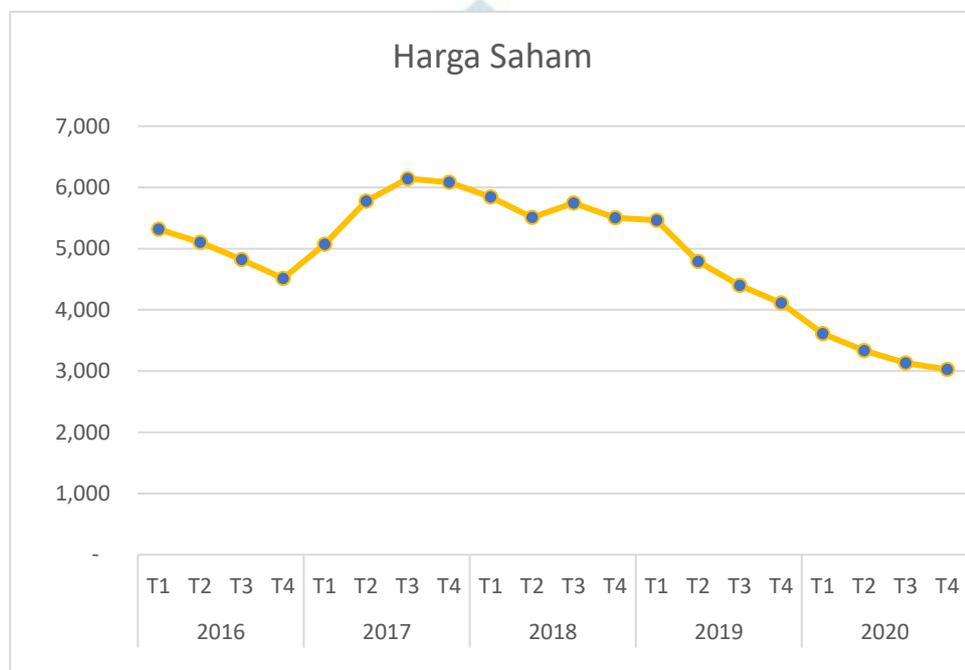
Nilai pada suatu perseroan atau perusahaan dapat dipresentasikan melalui harga saham (Deitiana, 2013). Cerminan pada kinerja perusahaan (emiten) juga berdasarkan dari harga saham, sehingga merupakan informasi pertama yang digunakan investor. Namun, harga saham bersifat fluktuatif atau berubah-ubah, bahkan jika investor berharap harga saham mereka akan selalu tinggi dan tidak pernah jatuh. Ketika nilai saham perusahaan tinggi, harga sahamnya naik di bursa saham. Sebaliknya, ketika harga saham rendah maka penurunan pada harga saham di pasar modal pun akan terjadi (Brigham, E.F dan Houston, 2010). Menurut (Albab, 2015) peningkatan yang terjadi pada harga saham ketika klaim atau permintaan suatu saham melebihi jumlah penawaran, kebalikannya penurunan pada harga saham apabila jumlah penawaran melebihi permintaan. Intensitas penawaran dan permintaan saham sangat dipengaruhi oleh perilaku investor dalam mengamati pasar saham.

Dari tahun 2016 hingga 2020, rata – rata triwulan pergerakan harga saham perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang sudah tercatat di BEI tiap tahunnya mengalami perubahan cenderung menurun, seperti terlihat pada grafik di atas. Tahun 2016 hingga 2017 rata-rata harga saham terjadi kenaikan hingga mencapai 6,142 tetapi tiap tahun setelahnya rata-rata harga saham terus mengalami penurunan. Di tahun 2018 menjadi 5,504, selanjutnya ditahun 2019 menjadi 4,113 dari lima periode ini tahun tersebut mengalami penurunan yang paling cukup besar. Kemudian turun hingga mencapai titik

3,027 pada tahun 2020. Hal ini menunjukkan bahwa harga saham sangat berfluktuatif dan rentan terhadap perubahan-perubahan terutama pada faktor internal dan eksternal perusahaan.

Berikut ini adalah pergerakan harga saham di perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga tahun 2016-2020.

Grafik 1. 1
Rata-Rata Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Kosmetik & Keperluan Rumah Tangga Tahun 2016 – 2020



Sumber : Diolah menggunakan Excel (2022)

Di pasar modal tentu tidak lepas dari risiko dalam berinvestasi, dalam menanamkan modalnya terhadap perusahaan. Biasanya Investor harus mampu menganalisis harga saham secara umum. Hal ini karena analisis harga saham yang tidak tepat dapat mengakibatkan kerugian yang signifikan bagi investor dan ada beberapa hal yang harus dilakukan investor sebelum berinvestasi. Artinya, sebelum melakukan transaksi, para investor harus menganalisis

laporan keuangan untuk mengevaluasi sebuah perusahaan tertentu yang akan memberikan keuntungan paling besar, beberapa rasio keuangan digunakan dalam penganalisisan laporan keuangan. Di pasar modal, investor mungkin tertarik untuk membeli saham, jika laporan keuangan tahunan perusahaan mencerminkan hasil yang positif. Kenaikan harga saham juga didorong berdasarkan permintaan investor yang tinggi terhadap saham.

Profitabilitas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan uang dari sumber daya yang dapat diaksesnya, diantaranya aset, modal, dan penjualan (Sudana, 2009). Menilai suatu efektivitas tata kelola perusahaan merupakan peran dari rasio ini. Tingginya nilai pada rasio melambangkan tingkat keuntungan perusahaan dan efisiensi yang tinggi, yang dibuktikan dengan tingkat pendapatan dan arus kasnya. Ketika kondisi suatu perusahaan secara keseluruhan baik atau memiliki masa depan yang menjanjikan, keputusan berinvestasi dengan melakukan pembelian pada saham perusahaan banyak dilakukan oleh investor atau naiknya permintaan dari investor, sekaligus akan menaikkan harga sahamnya. *Return On Asset (ROA)* dapat digunakan untuk menghitung profitabilitas pada penelitian ini. ROA menunjukkan kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari semua asetnya. Mayoritas investor cenderung kian memilih perusahaan yang mendapatkan laba yang tinggi, dengan demikian investor akan semakin besar keuntungan di masa depan. Menurut (Tewal & Jan, 2017) dalam penelitiannya dapat diketahui bahwa *Return On Assets (ROA)*

berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Harga Saham pada Perusahaan *Food And Beverages*.

Menurut Dr. Kasmir, Rasio solvabilitas dikenal sebagai *rasio leverage* yaitu rasio yang berkepentingan untuk menunjukkan berapa banyak utang yang digunakan untuk mendanai aset perusahaan. Hal ini mengacu pada jumlah total hutang yang harus dilunasi oleh perusahaan sehubungan dengan asetnya. Semakin tinggi rasionya, jumlah dana perusahaan yang diberikan oleh pemegang saham akan berkurang. Penelitian ini dapat mengukur rasio solvabilitas dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Dengan jumlah hutang yang rendah maka aset perusahaan lebih banyak dibiayai oleh modal sendiri, akibatnya harga saham naik sebagai akibat meningkatnya permintaan (*demand*) dari pemodal yang tertarik untuk membeli saham. Menurut Menurut (Tewal & Jan, 2017) atas penelitiannya terhadap DER, diketahui bahwa *Debt to Equity Ratio* adanya pengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap Harga Saham.

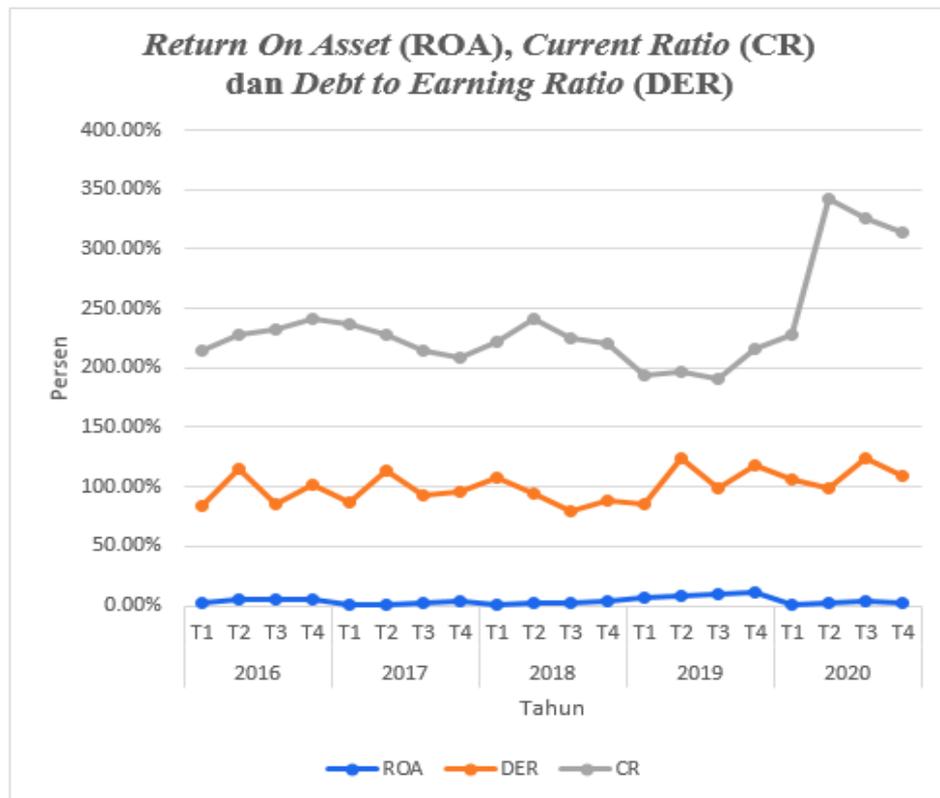
Rasio likuiditas ialah suatu indikator keuangan yang menilai kemampuan perusahaan untuk membayar utang atau memenuhi kewajiban jangka pendek yang sesuai jadwal (Fahmi, 2014). Rasio likuiditas merupakan suatu faktor yang mendukung perubahan harga saham. Kemampuan perusahaan untuk melunasi utang jangka pendeknya ditunjukkan dengan likuiditas yang tinggi. Rasio lancar (*Current ratio*) digunakan sebagai alat analisis untuk rasio likuiditas dalam penelitian ini, dan dapat menggunakannya guna menilai likuiditas perusahaan. Rasio lancar mengungkapkan ukuran keberhasilan suatu

perusahaan dalam menggunakan aset lancarnya untuk membayar utang lancar (Sudana, 2009). Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Fitrianingsih & Budiansyah, 2019), CR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Berbeda dengan (Kirana et al., 2015) dalam penelitiannya diketahui bahwa *Current Ratio* (CR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham.

Rasio *Price to Earning Ratio* (PER) adalah sejenis rasio nilai pasar pada rasio keuangan. Menurut teori yang disampaikan oleh Tundellin PER ialah rasio atau komparasi antara harga suatu saham dengan pendapatan suatu perseroan. Menurut Ryadi dan Sujana (2014), perusahaan dengan PER yang tinggi berarti suatu tingginya harga saham pada suatu perusahaan, kenaikannya akan memberikan *capital gain* yang merupakan faktor keuntungan untuk para pemodal, oleh sebab itu kenaikan harga saham tentu akan meningkatkan rasio profitabilitas dan meningkatkan *return* saham perusahaan. (Lestari & Suryantini, 2019) menyimpulkan hasil penelitiannya bahwa PER memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap saham. Tetapi berbeda hasil menurut (Martha & Meilin, 2018) PER berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga saham.

Dibawah ini ada pula Rata-Rata dari *Return On Asset* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Current Ratio* (CR) dan *Price Earning Ratio* (PER) pada tabel berikut ini :

Grafik 1. 2
Rata-Rata *Return On Aasset* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER) dan *Current Ratio* (CR) Perusahaan Sub Sektor Kosmetik & Keperluan Rumah Tangga Tahun 2016 – 2020



Sumber : www.idx.co.id (Data diolah kembali oleh Peneliti Tahun 2022)

Dari tabel di atas terlihat bahwa rata-rata triwulan dari rasio profitabilitas, solvabilitas, likuiditas perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga berubah-ubah dari tahun ke tahun. Pada nilai rata-rata ROA perubahannya tidak terlalu tinggi, pada tahun 2016 rata-rata berada di titik 4,57%. Sedangkan pada tahun 2017 menurun menjadi 1,58%, lalu dua tahun berikutnya mengalami peningkatan, di tahun 2018 sebesar 2,53% kemudian tahun 2019 hingga mencapai 8,88% merupakan rata-rata tertinggi selama lima periode. Tetapi kembali menurun menjadi 2,14% merupakan tingkat penurunan yang cukup tinggi yaitu pada tahun 2020. Jauh berbeda dengan rasio

hutang terhadap ekuitas (DER) tingkat perubahan pada rata-rata triwulan sangat signifikan, tahun 2016 nilai rata-rata triwulan DER sebesar 96,43% lalu di tahun 2017 sedikit mengalami peningkatan menjadi 98,23%. Kemudian pada tahun 2019 nilai rata-rata triwulan DER menurun sampai di titik 92,49%. 2 tahun berikutnya tepatnya di tahun 2019 hingga 2020 DER terus meningkat sampai pada nilai 109,59% pada tahun 2020. Untuk nilai rata-rata CR dari tahun 2016 hingga 2020 terlihat tidak stabil, pada tahun 2016 rata-rata triwulan CR berada di titik 229,13%. Tahun 2017 hingga 2019 terus mengalami peningkatan dan penurunan, sampai pada titik 199,59% di tahun 2019 yang merupakan penurunan terendah selama 5 periode. Kemudian tahun 2020 kembali meningkat yang cukup tinggi hingga mencapai 302,36%.

Sedangkan rata-rata *Price Earning Ratio* (PER) juga sama dengan rasio yang sebelumnya yakni berubah-ubah. Pada tahun 2012 PER menunjukkan sebesar 10,10 kali, lalu pada tahun 2017 PER berada sampai -5,60 kali tetapi mengalami kenaikan kembali sampai 112,14 kali di tahun 2019 hingga kembali menjadi 1,69 kali pada tahun 2020. Setiap tahun, mengingat nilai rata-rata rasio keuangan pada tabel di atas, mudah untuk berubah. Kenaikan dan penurunan terus berlangsung setiap tahunnya, tentunya nilai ini terjadi karena dipicu berdasarkan hasil dari sejumlah faktor yang dapat berdampak pada perusahaan emiten yaitu faktor dalam perusahaan atau faktor di luar usaha perusahaan. Penjelasan tersebut dilihat dari grafik di bawah ini :

Grafik 1. 3
Rata-Rata *Price Earning Ratio* (PER) Perusahaan Sub Sektor Kosmetik & Keperluan Rumah Tangga Tahun 2016 – 2020



Sumber : *www.idx.co.id* (Data diolah kembali oleh Peneliti Tahun 2021)

Uraian tabel tersebut menunjukkan beberapa masalah jika disinkronkan dengan perkembangan harga saham, seperti pada tahun 2014 *Debt to Equity Ratio* mengalami peningkatan tetapi harga saham justru meningkat, sebaliknya di tahun 2017 *Price Earning Ratio* turun harga saham naik. Sedangkan pada tahun 2019 ketika nilai ROA meningkat, harga saham menurun. Lalu pada tahun 2019 pula saat *Current Ratio* mengalami penurunan, demikian pula terjadi pada harga saham, sedangkan pada meningkatnya ROA tahun 2018 tetapi pada harga saham mengalami penurunan, hal ini tentu menarik perhatian peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada perusahaan-perusahaan di sub sektor industri kosmetik dan keperluan rumah tangga, yang menghasilkan produk yang masyarakat luas sudah tahu, apalagi di Indonesia

sendiri, karena kebanyakan orang Indonesia menggunakan dan mengonsumsi produk tersebut setiap hari, tetapi masih ada sedikit masyarakat yang merasa asing menggunakannya atau orang masih merasa aneh. Berdasarkan hal tersebut, tidak heran jika perasingan antar perusahaan sejenis sangat ketat untuk menghasilkan laba yang setinggi-tingginya. Tahun yang digunakan peneliti adalah tahun 2016 hingga 2020 agar dapat melihat data masa lalu sekaligus perkembangan pada setiap tahun dan membandingkannya, sehingga dapat menyajikan informasi terbaru dan digunakan bagi para pemakai informasi dalam pengambilan keputusannya dengan benar, maka dari itu segala informasi yang dihasilkan dari *financial statements* atau laporan keuangan haruslah yang jelas. Ketika keputusan pengguna dapat terpengaruhi atas informasi laporan keuangan yang tersedia dan mendukung pengguna dalam mengevaluasi kejadian masa lalu dan saat ini, meramalkan masa depan, dan meninjau hasil evaluasi sebelumnya, maka laporan keuangan tersebut dapat dikatakan relevan.

Berdasarkan latar belakang dan uraian masalah yang dipaparkan, peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh hubungan antara *Return On Asset (ROA)*, *Debt to Equity Ratio (DER)*, *Current Ratio (CR)*, *Price Earning Ratio (PER)* dan Harga Saham. Dengan demikian penelitian ini judul yang peneliti buat yaitu **“Pengaruh *Return On Asset (ROA)*, *Debt to Equity Ratio (DER)*, *Current Ratio (CR)* dan *Price Earning Ratio (PER)* terhadap *Harga Saham* (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik & Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016 – 2020)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian masalah yang ada, maka identifikasi masalah pada penelitian ini antara lain :

1. Terjadinya penyusutan atau penurunan harga saham perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga sepanjang tahun 2017 hingga 2020. Serta terdapat kesenjangan antara pernyataan yang dikeluarkan oleh Kementerian Perindustrian dengan data rata-rata Harga Saham.
2. Nilai saham perusahaan kosmetik dan barang rumah tangga tidak bisa diprediksi dengan pasti. Adanya sejumlah faktor yang mempengaruhi perubahan pada harga saham, termasuk faktor internal dan eksternal, dan harga saham juga dipengaruhi oleh ketidakstabilan yang terjadi. Ini adalah salah satu masalah yang dihadapi investor ketika membuat keputusan sebelum membeli saham.
3. Ada banyak rasio keuangan, tetapi tidak semua rasio tersebut dapat berpengaruh terhadap harga saham.
4. Adanya kesenjangan antara teori dan fakta, berdasarkan hasil dari penelitian sebelumnya yang belum konsisten diakibatkan karena terjadi perbedaan hasil penelitian pada faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham seperti ROA, DER, CR dan PER.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2020?
2. Apakah terdapat pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2020?
3. Apakah terdapat pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2020?
4. Apakah terdapat pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2020?
5. Apakah terdapat pengaruh *Return On Asset* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Current Ratio* (CR) dan *Price Earning Ratio* (PER) secara simultan terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2020?

D. Tujuan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2020.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2020.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2020.
4. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2020.
5. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Return On Asset* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Current Ratio* (CR) dan *Price Earning Ratio* (PER) secara simultan terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2020.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain :

1. Secara Teoritis

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang lebih perihal ilmu Manajemen Keuangan terutama

manajemen investasi dan portofolio serta dapat menjadi referensi bagi mereka yang hendak mempelajari materi terkait dengan masalah yang dibahas pada penelitian ini. Melalui penelitian ini, dimaksudkan agar dapat bermanfaat bagi peneliti, khususnya dalam hal memperkaya dan memperluas pengetahuan. Serta menjadi salah satu referensi bagi pembaca khususnya para investor perihal berbagai variabel yang dapat mempengaruhi harga saham sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga untuk membantu keputusan investasi.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi kesempatan yang sangat baik untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan bagi peneliti yang didapat selama di bangku perkuliahan utamanya dalam bidang manajemen keuangan serta meningkatnya wawasan ilmu pengetahuan mengenai analisis laporan keuangan seperti rasio keuangan pada variabel *Return On Asset (ROA)*, *Debt to Equity Ratio (DER)*, *Current Asset (CR)* dan *Price Earning Ratio (PER)*.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bagi perusahaan diharapkan dapat menjadi masukan perihal perumusan kebijakan – kebijakan khususnya yang bersifat fundamental, serta dapat digunakan sebagai bahan informasi dan juga pertimbangan untuk keputusan yang diambil dalam mengatur investasi perusahaan akan kegiatan operasional guna memperoleh

laba maksimal dan dalam mendapatkan pendanaan dari kreditor atau pihak eksternal berbentuk utang jangka panjang.

c. Bagi Pemilik Modal/Investor

Penelitian ini diharapkan akan membantu investor atau pemilik modal dalam membuat pilihan investasi yang lebih baik di masa depan, dengan melalui harga saham dimana dapat dipengaruhi oleh informasi yang diketahui tentang berbagai rasio atau ukuran keuangan.

